

Marcel Rütten
Kristina Bierer *Hrsg.*

Future Talents

Personalgewinnung und Bindung von
Praktikanten und Studierenden



Springer Gabler

Future Talents

Marcel Rütten · Kristina Bierer
(Hrsg.)

Future Talents

Personalgewinnung und Bindung von
Praktikanten und Studierenden

Hrsg.

Marcel Rütten

HR4Good

Duisburg, Nordrhein-Westfalen, Deutschland

Kristina Bierer

CLEVIS GmbH

München, Bayern, Deutschland

ISBN 978-3-658-33022-4

ISBN 978-3-658-33023-1 (eBook)

<https://doi.org/10.1007/978-3-658-33023-1>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2021

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Stefanie Winter

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Geleitwort

Exzellente Bildung ist der Garant für Erfolg im 21. Jahrhundert. Als Sprecher für Innovation, Bildung und Forschung meiner Fraktion (und zuvor mehr als 40 Jahre in der Wirtschaft) setze ich mich auch im Bundestag dafür ein, dass Unternehmen in Deutschland auch in Zukunft noch Spitzentalente für sich gewinnen können. Der Weg dorthin führt allerdings nur über Individualisierung der Talentpolitik und Freiraum für Ideen, Experimentieren und Handeln. Das bedeutet für Unternehmen, dass sie ihren Spitzentalenten zum Beispiel über freiheitliche Praktika Raum bieten müssen, um gerade in Zeiten digitaler Transformation, disruptiver Geschäftsmodelle, aber auch globaler Pandemien erfolgreich zu sein oder zu bleiben. Dieser Raum ist kein Raum zum Schmökern, sondern die Chance, den Himalaya zu erklimmen. Spitzentalent schält sich im freien Raum bestens heraus. Doch dann muss es entdeckt werden. Future Talents sind zudem ein Stück weit Anthropologen, Beobachter, Erkunder der Insel, auf der sie vielleicht einmal landen wollen und werden. Das Besondere an ihnen ist jedoch, dass sie nicht eingebürgert sind und dadurch die komplett freie Wahl haben, wofür sie sich zukünftig entscheiden wollen. Doch dann muss man alle Sinne für die Signale der Future Talents aktivieren.

Während etablierte Wirtschaftsunternehmen oft traditionelle Talenttugenden und lineare Karrierepfade favorisieren, brauchen die für das Land so nötigen Transformations- und Innovationsunternehmen talentierte Querdenker, die unkonventionelle, auch bunte Karrierewege ausprobieren. Unternehmen, die selbstsouveräne, hierarchiearme und agile Arbeit ermöglichen, gewinnen genau die Talente, die dann Treiber für geschäftlichen Erfolg werden. Talentmanagement muss daher mehr sein, als nur nach außen hin die Marke mit Employer Branding aufzupolieren. Unternehmen müssen ihre Praktikanten und Werkstudenten viel ernster nehmen, denn sie sind die besten Frühwarnsysteme. Praktikanten haben eingebaute Sensoren und ein Frühwarnradar, wie ein Unternehmen in seiner Talent-, Führungs- und Arbeitskultur tickt. Gerade weil sie noch nicht Teil des Systems sind, durchschauen sie leichter, ob von Werten moderner Arbeitswelt und Freiheit nur gesprochen wird, oder diese auch tatsächlich im Unternehmen gelebt werden. Ich habe schon vor 22 Jahren bei Lufthansa ein 360°-Feedback der Lufthansa Future Generations an die Geschäftsführung eingeführt.

Jungen Generationen wird häufig nachgesagt, sie seien verwöhnt, faul und wenig belastbar. Future Talents scheint ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit tatsächlich wichtiger zu sein als Karriere. Leistungsorientierte ältere Generationen zeigen hierfür oft wenig Verständnis. Auf der anderen Seite können wir beobachten, dass wir heute eine Beschützerwelt an und eine Anspruchswelt von jungen Menschen haben, in der es schwer ist, eine innere Souveränität als UnternehmerInnen der eigenen Talente zu gewinnen. Das wiederum birgt Gefahren. Denn: Junge Menschen müssen ihre Belastungsgrenzen kennenlernen dürfen. Wer nie an die Grenzen geht, wird nie sein Potenzial kennenlernen. Work-Life-Balance darf nicht zur zähen Soße werden, die sich normativ über alle ergießt.

Praktika müssen elementarer Baustein unserer Philosophie sein, dass junge Menschen ihr Potenzial austesten können. Sie schaffen Probierräume für Spitztalente und fördern gleichzeitig eine Talentkultur in der verschiedene Motivations- und Begabungslagen berücksichtigt werden können.

Doch das Praktikum als ein Puzzlestück in der beruflichen Bildung junger Menschen reicht allein nicht aus. Wir brauchen in Deutschland radikal neue Förderkonzepte für die neuen Fähigkeiten, die eine digitalisierte und kollaborative Netzwerk-Ökonomie einfordern. Gerade die Corona-Krise hat schmerzhaft offenbart, wie die bisherigen Plattformen für Bildung versagen. Future Skills im Spitzen-, Leistungs- und Breitensport der neuen Ökonomie und ihres unternehmerischen (Wieder-) Aufbaus sind nötig. Viele Unternehmen haben hier noch Hausaufgaben vor sich.

München, Deutschland
November 2020

Dr. rer. pol. hc. Thomas Sattelberger, MdB

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
	Marcel Rütten und Kristina Bierer	
1.1	Motivation für dieses Buch	1
1.2	Warum das Thema Praktikanten und Future Talents relevant ist	2
1.3	Worum es in diesem Buch geht	3
2	Beschäftigungsarten für Future Talents	7
	Marcel Rütten	
2.1	Einleitung.....	7
2.2	Rechtliche Rahmenbedingen	8
2.2.1	Praktikantenstatus	8
2.2.2	Urlaub und Krankheit.....	8
2.2.3	Vergütung.....	9
2.2.4	Praktikumsvertrag	9
2.2.5	Praktikumszeugnis	10
2.2.6	Sozialversicherung	11
2.3	Praktikumsarten	11
2.3.1	Schülerpraktika	11
2.3.1.1	Pflichtpraktikum in der Schulzeit	12
2.3.1.2	Berufsorientierendes/freiwilliges Schülerpraktikum	13
2.3.1.3	Fachpraktikum.....	13
2.3.1.4	Fachoberschul-/Berufsbildendes Praktikum	14
2.3.1.5	Girls'Day/Boys'Day	14
2.3.1.6	Praktikum zum Erwerb der Fachhochschulreife.....	15
2.3.1.7	Einstiegsqualifizierungen (EQ).....	16
2.3.2	Studentische Praktika.....	16
2.3.2.1	Vorgeschriebenes Vor- oder Nachpraktikum	16
2.3.2.2	Freiwilliges studentisches Praktikum	17

	2.3.2.3	Fachpraktikum/Zwischenpraktikum/ Pflichtpraktikum	18
	2.3.2.4	Berufspraktisches Semester	18
	2.3.2.5	Abschlussarbeiten im Unternehmen	19
	2.3.3	Werkstudent:innen	20
	2.3.4	Volontariat	21
	2.3.5	Praktika für ausländische Studierende	22
	2.3.6	Praktika für Geflüchtete	23
		Literatur	24
3		Ergebnisse der Studie „Future Talents Report“	27
		Kristina Bierer	
	3.1	Überblick zu Arbeitgeberrankings, -wettbewerben und Bewertungsportale	27
	3.2	Konzept des Future Talents Reports	28
	3.3	Was und wie sich das Praktikum verändert hat	30
	3.4	Gehalt und Arbeitszeit	32
	3.5	Gründe für ein Praktikum und einen Arbeitgeber	35
	3.6	Was Future Talents wichtig ist	37
	3.6.1	Lernen	39
	3.6.2	Führung	39
	3.6.3	Aufgabengestaltung	40
		Literatur	42
4		Ja, was erwarten sie denn – die Studierenden von ihrem Praktikum?	43
		Peter M. Wald	
	4.1	Einführung und derzeitige Situation	43
	4.2	Erwartungen der Hochschulen und Unternehmen	45
	4.3	Erwartungen der Studierenden	46
		Literatur	53
5		Praktikantenprogramme als strategische und nachhaltige Rekrutierungskanäle	55
		Marcel Rütten	
	5.1	Einleitung	56
	5.2	Praktika in Deutschland	56
	5.2.1	Praktikumsarten	57
	5.2.2	Marktsituation	57
	5.3	Faktoren eines erfolgreichen Praktikantenprogramms	58
	5.3.1	Aufgabengestaltung	58
	5.3.2	Lernen	59
	5.3.3	Feedback	59
	5.3.4	Teamklima	60

5.3.5	Arbeitszeit	60
5.3.6	Führung und Betreuung	61
5.3.7	Vergütung	62
5.4	Der „Intern Life Cycle“	62
5.4.1	Orientation & Attraction	63
5.4.2	Recruiting	64
5.4.3	Onboarding	64
5.4.4	Development	65
5.4.5	Retention	65
5.4.6	Rehiring	66
	Literatur	67
6	Praktikumsangebote in DAX- und MDAX-Unternehmen	69
	Kristina Bierer	
6.1	Allgemeine Fakten zu Praktika in Deutschland	69
6.2	Karriereseiten von DAX und MDAX	70
6.2.1	Der Bewerbungsprozess	71
6.2.2	Wer darf sich bewerben	72
6.2.3	Die Rahmenbedingungen Gehalt, Arbeitszeit und Dauer	72
	Literatur	75
7	Wie ticken Studierende bei der Suche nach Praktika und Werkstudentenjobs?	77
	Annina Hering	
7.1	Einleitung: Was uns Daten über das Suchverhalten erzählen	78
7.2	Daten und Methodik	79
7.2.1	Datenbasis	79
7.2.2	Methodik	80
7.3	Die Suche nach Studentenjobs und Praktika: Gemeinsamkeiten und Unterschiede	82
7.3.1	Saisonalität	82
7.3.2	Die Suchabfrage	83
7.3.3	Praxistipps für Unternehmen: Der richtige Zeitpunkt für Ausschreibungen und Stellen clever ausschreiben	87
7.4	Mobilität bei Studentenjob und Praktikum	88
7.4.1	Generelle Relevanz des Ortes bei der Suche	89
7.4.2	Welche Angebote werden angeklickt? Vor Ort oder doch etwas weiter weg?	90
7.4.3	Internationale Student:innen	92
7.4.4	Praxistipps für Unternehmen: Nachwuchsfachkräfte frühzeitig gewinnen	94

7.5	Hotspots für Praktika: Hippe Städte	94
7.5.1	Alle wollen nach Berlin	94
7.5.2	Praxistipps für Unternehmen: Die Rolle des Standorts	96
7.6	Bedeutung für den Arbeitsmarkt und 5 Empfehlungen für Unternehmen	97
	Literatur	98
8	Die Generation Bewertung	101
	Sascha Theisen und Manfred Böcker	
8.1	Die gestiegene Bedeutung von Arbeitgeberbewertungsportalen	101
8.2	Future Talents auf Deutschlands größter Arbeitgeberbewertungsplattform	103
8.3	Handlungsempfehlung	106
9	Hochschulmarketing als nachhaltige Methode zur Gewinnung junger Talente	109
	Tim Verhoeven	
9.1	Intro	110
9.2	Was ist Hochschulmarketing?	110
9.2.1	Definition Hochschulmarketing	110
9.2.2	Hochschulmarketing als Teil eines Recruiting-Mix	112
9.2.3	Hochschulmarketing und Candidate Experience	113
9.2.4	Hochschulmarketing im Zwang zur Digitalisierung	114
9.3	Die Auswahl der richtigen Hochschule	116
9.4	Warum rückte Hochschulmarketing immer mehr in den Fokus?	118
9.5	Was macht erfolgreiches Hochschulmarketing aus?	120
9.5.1	Persönlicher Kontakt	120
9.5.2	Individueller Auftritt	120
9.5.3	Mehrwert ermöglichen	122
9.5.4	Konsistenz	122
9.5.5	Professionalität	123
9.5.5.1	Briefing	123
9.5.5.2	Logistik	124
9.5.5.3	Nachbereitung	125
9.6	Exkurs: Hochschulmarketing und Messbarkeit	126
9.6.1	Analoge Möglichkeiten	126
9.6.1.1	Kontaktbögen	127
9.6.1.2	Visitenkarten	127
9.6.1.3	Counter	128
9.6.1.4	Give-Away Verbrauch	128
9.6.1.5	Gewinnspiel	128

9.6.2	Digitale Möglichkeiten	129
9.6.2.1	Landingpages	129
9.6.2.2	Newsletter-Anmeldung	129
9.6.2.3	Live-Registrierung.....	130
9.6.2.4	Automatisierter Abgleich	130
	Literatur.....	131
10	Online-Assessment	133
	Joachim Diercks	
10.1	Deutlich gestiegene Bedeutung des Themas Online-Assessment	134
10.1.1	Gründe für den aktuellen Boom beim Online-Assessment	135
10.2	Der wichtige Zusammenhang von Selbst- und Fremdselektion – und was das mit Online-Assessment zu tun hat	136
10.3	Self-Assessment: Online-Assessment zur Verbesserung der Selbstausswahl in Form von Selbsttests und Matching-Tools.....	138
10.3.1	(Unternehmens-)Kulturelle Passung oder auch „Cultural Fit“	138
10.3.2	Berufliche Orientierung	139
10.3.3	Berufsorientierungsspiele („Recruiting Games“)	141
10.4	Online-Assessment: Webbasierte Auswahltests als Instrument der Bewerbervorauswahl	141
10.4.1	Was wird im Rahmen von Online-Tests gemessen?	143
10.4.2	Nutzen von Online-Assessments – auf Unternehmens- und auf Kandidatenseite.....	144
10.4.2.1	Verbesserung der Auswahlqualität	144
10.4.2.2	Kosteneinsparungen und kürzere Dauer der Bewerbungsprozesse.....	145
10.4.2.3	Komfort für Bewerber und Akzeptanz	146
10.4.3	Online-Assessment im Recrutainment-Format	146
10.4.3.1	Online-Assessments sind Tests, keine Spiele	148
10.4.3.2	Für welche Zielgruppen werden Online-Assessments eingesetzt? Und ist das nur etwas für große Unternehmen?	149
10.5	Von Online-Assessment zu Recruiting Analytics, Data Driven Recruiting und People Analytics	150
	Literatur.....	152
11	Talent wird überschätzt – worauf es stattdessen ankommt	155
	Stefan Kermas	
11.1	Hintergrund	155
11.2	Talent wird überschätzt	156
11.2.1	Talente kommen und gehen	157
11.2.2	Talent zeigt sich immer nur in der konkreten Herausforderung.....	158
11.2.3	Talent ist zeitlos	158

11.3	Talententwicklung im Deutschen Hockey-Bund	159
11.3.1	Sichtung („Recruiting“)	159
11.3.2	Entwicklung und Entfaltung	160
11.3.3	Der OSP Trainer als „begleitender Coach“	160
11.4	Ableitungen für eine wirksame Personalentwicklung	161
11.4.1	Wieviel denkt HR im Heute, Morgen und Übermorgen?.	161
11.4.2	Werden theoretisches Trainingswissen oder praktische Skills gefördert?	162
	Literatur.	163
12	Gesellschaftliche Veränderungen und was es für die Arbeit mit der Gen Z bedeutet	165
	Kristina Bierer	
12.1	Die Arbeitswelt verändert sich.	165
12.2	Rückblick über die Generationen.	166
12.3	Klischees über die Gen Z und was an ihnen dran ist.	168
12.4	Leadership – The Road to Success	169
	Literatur.	170
13	FutureCamp – Nachwuchskräfte gestalten die Zukunft Münchens	171
	Stefan Döring	
13.1	Wem gehört die Zukunft?	172
13.2	Keine Tagesordnung, ein Thema, unzählige Ideen	173
13.3	Die Challenge.	174
13.3.1	Digitalisierung der Verwaltung	174
13.3.2	New Work im öffentlichen Dienst	175
13.3.3	Arbeitgeberattraktivität	177
13.4	Wir!	177
13.4.1	Von Nachwuchskräften, für Nachwuchskräfte.	178
13.4.2	New Work erleben	178
13.4.3	Vernetzen, Binden, Machen lassen	179
13.5	Organisationskultur auf dem Prüfstand	179
13.5.1	Ja, wir meinen das Ernst!	180
13.5.2	Wenn Personalmarketing auf Realität trifft	180
13.5.3	New Work ja, aber!	181
13.5.4	Verantwortung übernehmen!	182
13.5.5	Was uns besonders wichtig ist	182
13.6	Die Ergebnisse zum Leben erwecken	184
13.6.1	Präsentation im Stadtrat	184
13.6.2	WILLI – die digitale Austauschplattform für Nachwuchskräfte	184
13.6.3	Laptops statt PC	185
13.7	Fazit – Wie es weiter geht	185
	Literatur.	186

14	Future Talents – Gewinnung und Bindung von Praktikanten bei Dr. Oetker	189
	Niklas Rohde und Mareen Lange	
14.1	Das Unternehmen	190
14.2	Was macht die Arbeit bei Dr. Oetker besonders? – Werte und Kultur	191
14.3	Das Praktikantenprogramm bei Dr. Oetker Deutschland	192
14.4	Die Candidate Journey	194
	14.4.1 Employer Branding	194
	14.4.2 Hochschulmarketing	195
	14.4.3 Social Media Kanäle	196
14.5	Der Rekrutierungsprozess	196
	14.5.1 Online-Bewerbung	196
	14.5.2 Vorstellungsgespräch	196
14.6	Die Zeit im Unternehmen	197
	14.6.1 Onboarding	197
	14.6.2 Eigenverantwortlichkeit von Praktikanten stärken	198
	14.6.3 Feedbackkultur	199
	14.6.4 Benefits	199
	14.6.5 Events	200
	14.6.6 Offboarding und künftige Möglichkeiten der Zusammenarbeit	200
14.7	Die Oetker-Gruppe	201
15	Der selbstbestimmte Praktikant	205
	Kim Zöllner und Cecile Friedrichs	
15.1	Einleitung	206
	15.1.1 Welche Vorteile bringt ein gelungenes Praktikumsprogramm?	206
	15.1.2 Hintergrundinformation	206
15.2	Theoretische Grundlage: Die Selbstbestimmungstheorie	207
15.3	Das Praktikum als intrinsisch motivierte Tätigkeit	209
15.4	Anwendung der Selbstbestimmungstheorie für ein erfolgreiches Praktikumskonzept	211
15.5	Kompetenzerleben im Praktikum	212
	15.5.1 Vor dem Praktikum	212
	15.5.2 Während des Praktikums	213
	15.5.3 Nach dem Praktikum	216
15.6	Autonomie im Praktikum	216
	15.6.1 Vor dem Praktikum	216
	15.6.2 Während des Praktikums	217
	15.6.3 Nach dem Praktikum	218
15.7	Soziale Eingebundenheit als Praktikant	218

15.7.1	Vor dem Praktikum	218
15.7.2	Während des Praktikums	220
15.7.3	Nach dem Praktikum	220
	Literatur	221
16	Wie Career Services in Deutschland für die Employability von Future Talents sorgen	225
	Marcel Rütten	
16.1	Career Services in Deutschland	225
16.2	Aufgabe und Ziele	226
16.2.1	Information und Beratung	226
16.2.2	Praxisbezug in Lehrveranstaltungen	227
16.2.3	Kontakt zwischen Hochschulen und Arbeitgebern	228
	Literatur	230
17	Herausforderungen und Chancen bei der Vermittlung internationaler Praktikanten	231
	Eva Wittenzellner und Torben Dreusicke	
17.1	Einleitung	232
17.2	AIIESEC – die internationale Studierendenorganisation zur Vermittlung von Auslandsaufenthalten	233
17.2.1	AIIESEC Global	233
17.2.2	AIIESEC Deutschland	235
17.3	Das AIIESEC Global Talent Programm	236
17.3.1	Rekrutierungsprozess	237
17.3.2	Voraussetzungen	237
17.4	Beispiele zur Rekrutierung internationaler Praktikanten	238
17.4.1	Internationale Praktikanten zur Erhöhung der Diversität.	238
17.4.2	Internationalisierung der Belegschaft mit ausländischen Praktikanten	240
17.5	Herausforderung bei der Rekrutierung internationaler Praktikanten.	241
17.5.1	Youth Global Employability Report	241
17.5.2	Hauptgründe gegen eine bisherige Einstellung von Praktikanten	242
17.6	Einflüsse von internationalen Praktika	244
	Literatur	246
18	Interessante weiterführende Quellen zum Thema	249
	Marcel Rütten und Kristina Bierer	
18.1	Arbeitshilfen	249
18.2	Auslandspraktika und Freiwilligendienste	250
18.3	Jobbörsen	251
18.4	Blogs	251
18.5	Veranstaltungen	252

Über die Herausgeber



Marcel Rütten ist seit über einem Jahrzehnt im Personalmanagement tätig und verantwortet seit 2020 als Global Director Talent Acquisition & Employer Branding bei PACCOR die Personalgewinnung des international ausgerichteten Konzerns. Zuvor konnte er bereits vielseitige Erfahrungen in verschiedenen Unternehmen vom Global Player bis zur NGO sammeln und hat durch seine Arbeit das Recruiting, Personalmarketing und Employer Branding in Deutschland über viele Jahre mitgeprägt. In seinem Blog HR4Good schreibt er über Ideen, Innovationen und Trends im Personalmanagement. Seine Konzepte im HR-Bereich wurden bereits mehrfach ausgezeichnet.



Kristina Bierer ist seit 2010 bei der CLEVIS GmbH tätig und vom ersten Tag an für das Thema Future Talents zuständig. In den vergangenen zehn Jahren hat sie den Future Talents Report zur größten, regelmäßigen Befragung zu allen Themen rund um die Nachwuchskräfte der nächsten Generationen aufgebaut und kennt wie wenig andere die Zielgruppe, die sie als Game Changer im Fokus der Digitalisierung beschreibt. Als Projektleiterin und Partnerin bei der CLEVIS GmbH leitet sie außerdem erfolgreich Projekte rund um die Digitalisierung und Transformation von zukunftsfähigen HR-Prozessen und betreut Kunden verschiedenster Branchen und Größen von der Konzeption bis zur Umsetzung.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 3.1	Schema des Future Talents Report	29
Abb. 3.2	Entwicklung der Praktikumsvergütung seit 2010.	31
Abb. 3.3	Durchschnittsgehalt und Zufriedenheit mit Gehalt nach Branchen	32
Abb. 3.4	Überstunden differenziert nach Branchen	33
Abb. 3.5	Home-Office differenziert nach Branchen	34
Abb. 3.6	Gründe für ein Praktikum.	35
Abb. 3.7	Entscheidungsgründe für einen Arbeitgeber	36
Abb. 3.8	Einflussfaktoren auf die Arbeitszufriedenheit 2018.	38
Abb. 3.9	Zufriedenheit mit den Einflussfaktoren 2018.	38
Abb. 7.1	Saisonalität bei der Suche nach Praktika und Studentenjobs. Verteilung der Suchanfragen nach Praktika und Studentenjobs auf Indeed über das Jahr, Durchschnittswerte aus 2018/2019, Quelle: Indeed	82
Abb. 7.2	Häufigste Stichworte bei der Suche nach einem Praktikum, Suchanfragen auf Indeed vom 01. August 2019 bis zum 31. Juli 2020, Quelle: Indeed	85
Abb. 7.3	Häufigste Stichworte bei der Suche nach einem Studentenjob, Suchanfragen auf Indeed vom 01. August 2019 bis zum 31. Juli 2020, Quelle: Indeed	86
Abb. 9.1	Einordnung des Hochschulmarketings in eine Recruiting Strategie	113
Abb. 10.1	Kulturmatcher.	138
Abb. 10.2	BVG-Ausbildungsmatcher	140
Abb. 10.3	Allianz Online Campus – Testitem.	144
Abb. 10.4	Collage aus verschiedenen Online-Assessments	147
Abb. 13.1	Teilnehmende auf dem FutureCamp 2018	183
Abb. 14.1	Die Standorte von Dr. Oetker	193
Abb. 17.1	Führungskräfteentwicklungsmodell von AIESEC	233
Abb. 17.2	Organigramm von AIESEC International.	234

Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1	Übersicht Mindestlohn	10
Tab. 3.1	Struktur des Future Talents Fragebogens	30
Tab. 6.1	Transparenz auf den Karriereseiten von MDAX- und DAX-Unternehmen	73
Tab. 7.1	Anteil von Klicks auf Stellenausschreibungen für Praktika und Studentenjobs auf Indeed innerhalb der Hochschulstadt	90
Tab. 7.2	Anteil von Klicks auf Stellenausschreibungen für Praktika und Studentenjobs auf Indeed innerhalb des Hochschulbundeslandes	91
Tab. 7.3	Anteil an Klicks aus dem Ausland auf Stellenausschreibungen für Praktika und Studentenjobs auf Indeed	93
Tab. 7.4	Beliebte Städte bei der Suche nach Praktika. Anteil der Suchanfragen auf Indeed, die sich in die jeweilige Stadt richten	95
Tab. 8.1	Verteilung der Mittelwerte bei kununu-Bewertungen	102
Tab. 8.2	Durchschnittlicher kununu Score der DAX30 nach Bewerter-Gruppen	104
Tab. 8.3	Beantwortung von Feedback und Deutung durch die Bewerber	106
Tab. 9.1	Anzahl und Aufteilung der Hochschulen in Deutschland 2013–2020	111
Tab. 9.2	Korrelation zwischen Zufriedenheit mit Kontaktpunkten und dem Candidate Net Promoter Score nach eigener Erhebung	114
Tab. 9.3	Anzahl Bezieher von Kurzarbeitergeld Mai-August 2020 im Vergleich zum Durchschnitt der Vorjahre	115
Tab. 9.4	Anzahl der offiziell gemeldeten Arbeitsstellen im Jahresdurchschnitt 2016–2020	115
Tab. 12.1	Die Generationen seit den 1920er Jahren	167



Einleitung

1

Marcel Rütten und Kristina Bierer

Inhaltsverzeichnis

1.1	Motivation für dieses Buch	1
1.2	Warum das Thema Praktikanten und Future Talents relevant ist.	2
1.3	Worum es in diesem Buch geht	3

1.1 Motivation für dieses Buch

Die Herausgeber Marcel Rütten und Kristina Bierer kennen sich bereits seit 2013 und beschäftigen sich seit vielen, vielen Jahren mit den Themen Praktikum und Praktikant:innen – jedoch aus unterschiedlichen Perspektiven.

Ab dem ersten Tag als Praktikantin bei der HR-Unternehmensberatung CLEVIS entwickelt und begleitet Kristina Bierer den CLEVIS Praktikantenspiegel. Dieser wurde vor dem Hintergrund initiiert, dass Kunden der Unternehmensberatung intern sehr gutes Feedback von ihren Praktikant:innen bekommen, extern aber in den gängigen Rankings im Employer Branding auf den hinteren Plätzen landen. Aufgrund des positiven Feedbacks von Teilnehmer:innen, Unternehmen und Presse wurde die heute als Future Talents Report bekannte Studie fester Bestandteil des CLEVIS-Repertoires. Besonders im Jahr 2015 hat das Thema Praktikum bundesweit für Schlagzeilen gesorgt,

M. Rütten (✉)
HR4Good, Duisburg, Deutschland
E-Mail: marcel.ruetten@icloud.com

K. Bierer
CLEVIS GmbH, München, Deutschland
E-Mail: k.bierer@clevis.de

da in diesem Jahr durch die schwarz-rote Regierung der Mindestlohn eingeführt wurde. Die Studie selbst hat von Jahr zu Jahr immer mehr an Bedeutung gewonnen und zählt mittlerweile 60.000 Teilnehmer:innen. Diese Datenbasis ermöglicht es, die Attraktivität von Arbeitgebern zu analysieren und zu bewerten. Sie legt außerdem offen, was Praktikant:innen der Gen Y und Gen Z antreibt und motiviert.

Marcel Rütten hat selbst nie ein studentisches Praktikum machen dürfen. Umso mehr hat ihn die Arbeit mit jungen Talenten im Rahmen seiner beruflichen Laufbahn im Personalmanagement begeistert. Konkret wurde es dann 2013: In seiner Funktion als HR Manager der Kindernothilfe stand er vor der Frage, wie er die strategische Personalgewinnung der Non-Profit-Organisation mit einem schmalen Budget aufstellen soll. Einer der wesentlichen Faktoren seiner Strategie war das Praktikantenprogramm, dass er zu dem wichtigsten Kanal im Recruiting-Mix gestaltet hat. Mit Erfolg: Durch innovative Methoden im Personalmarketing und eine einzigartige Arbeitgebermarke hat er die Kindernothilfe zu einem der attraktivsten Praktikumsgeber in Deutschland geformt. Doch auch in seinen beruflichen Stationen danach, spielt die Gewinnung und Bindung von qualifiziertem Nachwuchs bei der Gestaltung der Recruitingstrategie immer eine außerordentliche Rolle. Darüber hinaus findet das Thema seit Jahren regelmäßig Beachtung in seinem Blog HR4Good.

Beide haben sich somit über die letzten Jahre intensiv mit der Zielgruppe der Praktikant:innen und Studierenden beschäftigt. Bei einer gemeinsamen Veranstaltung haben sie festgestellt, dass es in Deutschland bis dato noch kein Fachbuch gibt, das sich explizit dem Thema „Praktikantenprogramme in Unternehmen“ widmet. Etwas ungewöhnlich – schließlich rufen doch nahezu alle Arbeitgeber den Fachkräftemangel aus. Es ist aber nur ein weiteres Indiz dafür, dass die Zielgruppe der zukünftigen Absolvent:innen bisweilen unterschätzt wird. Also „Here we are“ – mit dem ersten Buch in Deutschland zum Thema Personalgewinnung und Bindung von Praktikant:innen und Studierenden.

1.2 Warum das Thema Praktikanten und Future Talents relevant ist

Das Recruiting von Absolvent:innen unterliegt in den allermeisten Branchen in Deutschland einem starken Wettbewerb. Gründe dafür sind vor allem die demografische Entwicklung in Deutschland sowie eine immer größere Zahl von Engpassberufen, die schnell zum Schreckgespenst Fachkräftemangel führen. Unternehmen, die die Zeichen der Zeit früh genug erkannt haben, versuchen bereits einen Schritt früher anzusetzen und dem Wettbewerb um gut ausgebildete Absolvent:innen auszuweichen, indem sie sich bereits früh um Praktikant:innen bemühen. Schließlich sind die Praktikant:innen von heute die Absolvent:innen von morgen und die Fach- und Führungskräfte von übermorgen.

Praktika bieten Unternehmen eine exzellente Möglichkeit, Nachwuchskräfte erst einmal kennenzulernen, sie nachhaltig zu entwickeln und im besten Fall langfristig an das Unternehmen zu binden. Die Verbindung von theoretischem Fachwissen und praxisnaher Erfahrung kann ein Gewinn für alle Beteiligten sein. Studierende können ihr theoretisches Wissen aus dem Studiengang in der Praxis einbringen und lernen eine für sie neue Branche oder ein neues Berufsfeld kennen. Arbeitgeber wiederum erhalten neues Wissen von Praktikant:innen, lernen ihre Future Talents direkt im Arbeitsalltag kennen und haben einen direkten Einfluss auf ihre Entwicklung. Mit gelungenen Praktikantenprogrammen und ideenreichen Talent Relationship-Maßnahmen können diese im Anschluss an das Praktikum an das Unternehmen gebunden werden. Das Praktikum ist also ein erstklassiges Instrument für Unternehmen und insbesondere HR-Abteilungen, um den zukünftigen Herausforderungen in der Personalgewinnung und Bindung gewappnet zu sein.

1.3 Worum es in diesem Buch geht

Das Buch ist bewusst als Herausgeberwerk konzipiert, um unterschiedlichste Blickwinkel auf das Thema Praktikum zu zeigen. Doch bevor Sie sich als Leser:in auf innovative Konzepte und kreative Lösungsansätze freuen können, beginnt Marcel Rütten damit, unterschiedliche Beschäftigungsarten für Future Talents zu identifizieren (Kap. 2) und die Unterschiede bei den Zielgruppen sowie rechtlichen Rahmenbedingungen für Arbeitgeber aufzuzeigen. Im darauffolgenden Beitrag stellt Kristina Bierer die Ergebnisse des Future Talent Reports (Kap. 3) vor und zeigt eine Menge Insights, wie die Zielgruppe Praktikant:innen und Studierende tickt und was ihnen wichtig ist. Darüber hinaus teilt sie ihre Beobachtung, wie sich das Praktikum in den letzten Jahren verändert hat. Peter Wald beschäftigt sich ebenfalls mit den Erwartungen der Studierenden an ihr Praktikum (Kap. 4). Doch er tut dies weniger aus der Perspektive eines Studienleiters, sondern vielmehr aus der Sicht eines Hochschulprofessors mit etwa zwanzig Jahren Erfahrung. Außerdem beantwortet er aus seiner Sicht die Frage, welche Erwartungen Hochschulen und Unternehmen an das Praktikum und die Studierenden haben.

Nachdem Sie als Leser:in nun einen ersten Einblick von der Zielgruppe haben, erfahren Sie im nächsten Beitrag von Marcel Rütten, wie Unternehmen aus Praktikantenprogrammen strategische und nachhaltige Rekrutierungskanäle machen können (Kap. 5). Dabei zeigt er auf, welche Faktoren einen Einfluss auf ein erfolgreiches Praktikantenprogramm haben und welche Phasen Praktikant:innen idealerweise während des Intern-Life-Cycles durchlaufen. Doch wie steht es überhaupt um Praktikantenprogramme in der Unternehmenspraxis? Kristina Bierer hat das Praktikumsangebot deutscher DAX- und MDAX-Unternehmen untersucht (Kap. 6) und zeigt im nächsten Beitrag die Ergebnisse ihrer Erhebung. Annina Hering, Arbeitsmarktexpertein bei Indeed, hat in ihrem Beitrag ebenfalls Studierende untersucht, die sich gerade in einer Orientierungsphase befinden. Das ganze allerdings aus einem anderen Blickwinkel. Sie zeigt, was die

Daten in der Jobsuche von Indeed über das Suchverhalten der Future Talents aussagen (Kap. 7). Sascha Theisen und Manfred Böcker, die sich bereits für die Studie „Club der Gleichen“ verantwortlich zeichneten, zeigen in ihrem Beitrag, wie wichtig bereits Arbeitgeberbewertungen für die junge Generation sind. Sie untersuchen das Bewertungsverhalten der Future Talents auf Arbeitgeberbewertungsplattformen (Kap. 8) und geben Handlungsempfehlungen, wie Arbeitgeber diese für sich nutzen können. Anschließend zeigt Tim Verhoeven, ausgewiesener Experte im Recruiting, wie Unternehmen ein professionelles Hochschulmarketing aufsetzen (Kap. 9) und was es dabei zu beachten gibt. Dabei hat er viele leichtverdauliche Tipps aus seiner Praxis im Gepäck, die sich für Interessierte einfach und schnell umsetzen lassen.

Für junge Menschen spielt das Thema Orientierung eine besondere Rolle. Das Praktikum stellt meist die erste Station im Berufsleben dar. Joachim Diercks hat mit seinem Recrutainment-Ansatz bereits unzählige Online-Assessments entwickelt und zeigt im nächsten Kapitel, welche Vorteile Online-Assessments bei der Orientierung bieten und wie sie das Matching von Kandidaten und Arbeitgeber erleichtern (Kap. 10). Der Ex-Bundestrainer der deutschen Hockey-Herren, Stefan Kermas, zeigt in seinem Beitrag auf, was HR-Abteilungen und Führungskräfte eigentlich in Sachen Talent Management vom Profisport lernen können (Kap. 11). Kristina Bierer widmet sich anschließend der Frage, welche Wirkung gesellschaftliche Veränderungen auf Führung und die Arbeit mit jungen Talenten haben (Kap. 12). Bis hierhin sollten Sie nun umfassende Informationen über die Personalgewinnung der Future Talents gewonnen haben, sodass mit den nächsten Kapiteln drei Praxis-Cases vorgestellt werden, die zeigen, wie Praktikant:innen und Studierende erfolgreich in Unternehmen und Organisationen eingebunden werden können. Den Beginn macht Stefan Döring, der bei der Stadt München das FutureCamp initiiert hat. Beim FutureCamp geht es neben inhaltlichen Diskussionen darum, junge Talente zu aktivieren, zu integrieren und vor allem zu halten (Kap. 13). Anschließend stellen Niklas Rohde und Mareen Lange vor, wie der Dr. Oetker-Konzern sein Praktikantenprogramm erfolgreich ausgerichtet hat (Kap. 14). Kim Zöllner und Cecile Friedrichs von Avantgarde Experts setzen in ihrem Praktikantenprogramm voll auf Autonomie und erläutern in ihrem Case, welchen Erfolg sie mit diesem Ansatz erzielt haben (Kap. 15).

Welchen Beitrag liefern Hochschulen für die Employability von Future Talents? Marcel Rütten schaut sich im nächsten Kapitel die Aufgaben und Ziele der Career Center an deutschen Hochschulen an (Kap. 16) und beleuchtet, welchen Beitrag sie bei der Berufsorientierung und beim Berufseinstieg von Studierenden leisten. Außerdem stellen Eva Wittenzellner und Torben Dreusicke die internationale Austauschorganisation AIESIC vor und zeigen auf, welche Chancen und Risiken bei der Vermittlung internationaler Praktikant:innen entstehen können (Kap. 17). Wem das alles noch nicht ausreicht, der findet im finalen Kapitel (Kap. 18) noch weiterführende Quellen, um auf dem aktuellen Stand zu bleiben und Details noch weiter zu vertiefen. Die Quellen und Informationen reichen von Arbeitshilfen über Spezialjobbörsen und HR-Blogs bis hin zu ausgewählten Veranstaltungen.

Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen beim Lesen dieses Buches und hoffen, dass Sie viele Ideen und Anregungen für Ihre berufliche Praxis finden, damit Sie sich in Zukunft gut gewappnet fühlen, die Future Talents für sich zu gewinnen!



Marcel Rütten ist seit über einem Jahrzehnt im Personalmanagement tätig und verantwortet seit 2020 als Global Director Talent Acquisition & Employer Branding bei PACCOR die Personalgewinnung des international ausgerichteten Konzerns. Zuvor konnte er bereits vielseitige Erfahrungen in verschiedenen Unternehmen vom Global Player bis zur NGO sammeln und hat durch seine Arbeit das Recruiting, Personalmarketing und Employer Branding in Deutschland über viele Jahre mitgeprägt. In seinem Blog HR4Good schreibt er über Ideen, Innovationen und Trends im Personalmanagement. Seine Konzepte im HR-Bereich wurden bereits mehrfach ausgezeichnet.



Kristina Bierer ist seit 2010 bei der CLEVIS GmbH tätig und vom ersten Tag an für das Thema Future Talents zuständig. In den vergangenen zehn Jahren hat sie den Future Talents Report zur größten, regelmäßigen Befragung zu allen Themen rund um die Nachwuchskräfte der nächsten Generationen aufgebaut und kennt wie wenig andere die Zielgruppe, die sie als Game Changer im Fokus der Digitalisierung beschreibt. Als Projektleiterin und Partnerin bei der CLEVIS GmbH leitet sie außerdem erfolgreich Projekte rund um die Digitalisierung und Transformation von zukunftsfähigen HR-Prozessen und betreut Kunden verschiedenster Branchen und Größen von der Konzeption bis zur Umsetzung.



Marcel Rütten

Inhaltsverzeichnis

2.1	Einleitung	7
2.2	Rechtliche Rahmenbedingen	8
2.2.1	Praktikantenstatus	8
2.2.2	Urlaub und Krankheit	8
2.2.3	Vergütung	9
2.2.4	Praktikumsvertrag	9
2.2.5	Praktikumszeugnis	10
2.2.6	Sozialversicherung	11
2.3	Praktikumsarten	11
2.3.1	Schülerpraktika	11
2.3.2	Studentische Praktika	16
2.3.3	Werkstudent:innen	20
2.3.4	Volontariat	21
2.3.5	Praktika für ausländische Studierende	22
2.3.6	Praktika für Geflüchtete	23
	Literatur	24

2.1 Einleitung

Bevor Sie sich als Leser:in dieses Buches damit beschäftigen, wie die Zielgruppe der Future Talents tickt, wonach sie sucht und wie Sie in Ihrem Unternehmen die besten Strategien entwickeln können, um die zukünftigen Talente bereits frühzeitig für sich zu

M. Rütten (✉)
HR4Good, Duisburg, Deutschland
E-Mail: marcel.ruetten@icloud.com

gewinnen, soll dieses Kapitel Ihnen helfen und einen umfassenden Überblick geben, welche speziellen Beschäftigungsformen für Schüler:innen sowie Studierende in Deutschland existieren und welche rechtlichen Rahmenbedingungen jeweils zu berücksichtigen sind. Doch nicht alle von diesen Beschäftigungsformen gehören zum Fokus der nachfolgenden Kapitel. Der Schwerpunkt dieses Herausgeberwerks liegt vor allem bei der Zielgruppe der Studierenden und Absolvent:innen. Nichtsdestotrotz können auch alle anderen Formate dazu beitragen, dass Sie junge Menschen bereits frühzeitig für Ihr Unternehmen begeistern und sich Ihr frühzeitiges Engagement langfristig auszahlen wird. Im Folgenden finden Sie daher neben den rechtlichen Rahmenbedingungen alle wesentlichen Beschäftigungsformen für Schüler:innen, Studierende, Volontär:innen und Geflüchtete.

2.2 Rechtliche Rahmenbedingen

2.2.1 Praktikantenstatus

Bei der Definition des rechtlichen Status von Praktikant:innen kommt es vor allem darauf an, ob das Praktikum freiwillig ist oder nicht. Alle Schüler:innen und Studierende, die ein Pflichtpraktikum absolvieren, behalten ihren Status als eben solche. Das bedeutet, dass sie keine Arbeitnehmer:innen oder Beschäftigte im betriebsverfassungsrechtlichen Sinne sind. Manche Regelungen aus dem Betriebsverfassungsgesetz (BetrVG) oder dem Personalvertretungsgesetz (BPersVG) können dennoch für Schüler:innen und Studierende gelten. Schüler:innen und Studierende, die ein freiwilliges Praktikum absolvieren sind Arbeitnehmer:innen, für die das BetrVG bzw. das BPersVG gilt [3]. Für Praktikant:innen, die ein Praktikum absolvieren, das nicht Bestandteil einer Schul- oder Hochschulausbildung ist, gilt außerdem das Berufsbildungsgesetz (BBiG). Ausgenommen sind somit Praktikant:innen, die ihr Praktikum als Schüler:innen und Student:innen von allgemeinbildenden Schulen, Fach-, Berufsfach-, Fachober-, Fachhoch- und Hochschulen absolvieren. Für Praktika, die unter das BBiG fallen, gelten dadurch andere Regelungen (zum Beispiel für Vergütung und Urlaub) als bei Pflichtpraktika. Freiwillige Praktika begründen grundsätzlich ein privatrechtliches Vertragsverhältnis, dass durch einen Praktikumsvertrag geregelt wird.

2.2.2 Urlaub und Krankheit

Pflichtpraktikant:innen haben im Rahmen des Praktikums weder einen gesetzlichen Anspruch auf Urlaub noch auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall. Praktikumsgeber können, wenn sie wollen, hiervon natürlich zu Gunsten der Praktikant:innen abweichen, um zum Beispiel Praktikant:innen in ihrem Unternehmen mit einem unterschiedlichen Status gleichermaßen zu behandeln. Praktikant:innen, die unter das BBiG fallen, haben

einen gesetzlichen Anspruch auf Urlaub und Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall. In der Regel wird für jeden vollen Praktikumsmonat ein Zwölftel des gesamten Jahresurlaubs gewährt.

2.2.3 Vergütung

Wann wird ein Praktikum vergütet? Die Frage lässt sich seit der Einführung des Mindestlohns in 2015 gar nicht mehr so einfach beantworten, sondern bedarf eines detaillierteren Blickes. Grundsätzlich gilt, dass Pflichtpraktikant:innen keinen Anspruch auf eine Vergütung haben. Praktikumsgeber können davon aber natürlich abweichen und ihren Praktikant:innen dennoch eine Vergütung anbieten. Dies kommt weniger bei Schülerpraktikant:innen vor. Bei studentischen Praktikant:innen ist das aber mittlerweile mehr als üblich. Nichtsdestotrotz entsteht hieraus kein Anspruch auf Vergütung von Pflichtpraktikant:innen. Bei einem freiwilligen Praktikum, das unter das BBiG fällt, haben Praktikant:innen einen Anspruch auf eine angemessene Vergütung – jedoch keine volle Vergütung der Arbeitszeit. Ausgenommen hiervon sind Praktika, die weniger als einen Monat andauern oder solche, die keinen wirtschaftlich verwertbaren Beitrag zum Betriebsergebnis leisten und eher als Hospitation betrachtet werden können.

Soweit so klar. Aber jetzt wird es tricky, denn: Praktika, die nicht Bestandteil einer Schul- oder Hochschulausbildung sind und dem BBiG unterliegen, können unter die Anwendung des Mindestlohngesetzes (MiLoG) fallen. Es gibt allerdings eine Menge Ausnahmen hiervon. Pflichtpraktika müssen, egal wie lange sie andauern, nicht mit dem Mindestlohn vergütet werden. Orientierungspraktika oder Vorpraktika sind ebenso wie freiwillig ausbildungsbegleitende Praktika, die nicht länger als drei Monate dauern, nicht mindestlohnpflichtig. Damit Sie einen besseren Überblick erhalten, welche Praktika mindestlohnpflichtig sind und welche nicht, finden Sie in Tab. 2.1 eine hilfreiche Übersicht.

2.2.4 Praktikumsvertrag

Ein Praktikumsvertrag in schriftlicher Form ist keine Pflicht. Aber: Praktikumsverträge stellen die Zusammenarbeit von Beginn an auf eine klar definierte Basis und vermeiden etwaige Missverständnisse. Um sowohl für Praktikant:innen als auch für den Praktikumsgeber Klarheit über die konkreten Bedingungen und damit auch Verlässlichkeit sowie eine Vertrauensbasis für beide Seiten zu schaffen, macht es absolut Sinn, die Vereinbarungen in einem Vertrag festzuhalten. Diejenigen Praktikant:innen, die unter das MiLoG fallen, haben sogar einen Anspruch auf die schriftliche Niederlegung der wesentlichen Vertragsbedingungen vor Vertragsbeginn. Der Vertrag muss in diesem Fall folgende Elemente enthalten:

Tab. 2.1 Übersicht Mindestlohn

Nicht mindestlohnpflichtig	Mindestlohnpflichtig
Pflichtpraktika im Rahmen von Schule, Ausbildung oder Studium	Praktikanten ohne Immatrikulation mit einer abgeschlossenen Berufsausbildung oder einem Studienabschluss
Freiwillige Praktika bis zu drei Monaten, die während des Studiums oder der Ausbildung absolviert werden	Freiwillige Praktika, die begleitend zum Studium oder zur Ausbildung absolviert werden und länger als drei Monate dauern
Freiwillige Praktika bis zu drei Monaten, die zur Orientierung bei der Ausbildungs- oder Studienwahl dienen	Jedes zusätzlich freiwillige Praktikum, das begleitend zu Studium oder Ausbildung bei demselben Arbeitgeber absolviert wird
Praktika zur Teilnahme an einer Einstiegsqualifizierung nach SGB III	Freiwillige Praktika, die zur Orientierung dienen und länger als drei Monate dauern
Praxisphasen während eines dualen Studiums	
Jede:r unter 18 Jahren ohne Berufsabschluss	
Anfertigungen von Studien-/Abschlussarbeiten wie Bachelor- und Masterarbeiten im Unternehmen, solange nur Arbeiten zur reinen Erstellung der Abschlussarbeit getätigt werden	

- Die mit dem Praktikum verfolgten Lern- und Ausbildungsziele,
- Beginn und Dauer des Praktikums,
- Dauer der regelmäßigen täglichen Praktikumszeit,
- Zahlung und Höhe der Vergütung,
- Dauer des Urlaubs,
- und ein in allgemeiner Form gehaltener Hinweis auf gegebenenfalls anzuwendende Tarifverträge, Betriebs- oder Dienstvereinbarungen.

2.2.5 Praktikumszeugnis

Bei Beendigung des Praktikums haben Praktikant:innen ebenso wie Auszubildende einen Anspruch auf ein qualifiziertes schriftliches Arbeitszeugnis. In dem Zeugnis müssen definitiv Angaben über Art, Dauer und Ziel des Praktikums sowie über die erworbenen beruflichen Fertigkeiten gemacht werden. Eine Aushändigung ausschließlich in elektronischer Form ist ausgeschlossen. Dies ist in § 16 BBiG geregelt.

2.2.6 Sozialversicherung

Die Sozialversicherung in Deutschland umfasst die vier Sozialversicherungszweige der Kranken-, Pflege-, Renten- und Arbeitslosenversicherung. Diese haben auch Einfluss auf das Angebot von Praktika, denn der Erwerb beruflicher Kenntnisse, Fertigkeiten oder Erfahrungen im Rahmen einer betrieblichen Berufsbildung, gilt als Beschäftigung im Sinne der Sozialversicherung. Das bedeutet, dass Praktika, die genau dazu dienen Praktikant:innen eben diese Kenntnisse, Fertigkeiten oder Erfahrungen in Betrieben zu vermitteln, grundsätzlich für die einzelnen Sozialversicherungszweige versicherungspflichtig sind. Doch nicht jedes Praktikum ist automatisch sozialversicherungspflichtig. Ob ein Praktikum sozialversicherungspflichtig ist, hängt in der Regel von mehreren Faktoren ab.

- Handelt es sich um ein freiwilliges oder Pflichtpraktikum?
- Handelt es sich um ein Vor- bzw. Nachpraktikum oder um ein Zwischenpraktikum?
- Liegt die regelmäßige wöchentliche Arbeitszeit unter oder über 20 h?
- Wird eine Praktikumsvergütung gezahlt?
- In welcher Höhe wird die Praktikumsvergütung bezahlt?
- Wird das Praktikum vor oder nach dem 25. Geburtstag durchgeführt?

Sie sehen, dass die Regeln zur Sozialversicherung sehr komplex sind. Im Rahmen dieses Herausgeberwerks können wir dieses Thema daher nur anschnitten und geben unter den möglichen Praktikumsarten im Folgenden (Abschn. 2.3) einen Hinweis, ob die jeweilige Praktikumsart der Sozialversicherungspflicht unterliegt.

2.3 Praktikumsarten

2.3.1 Schülerpraktika

Bei Schülerpraktika werden vor allem junge Menschen unter 18 Jahren angesprochen. Diese fallen allerdings unter das Jugendarbeitsschutzgesetz. Laut §§ 2 und 5 des Jugendarbeitsschutzgesetzes ist die Beschäftigung von Kindern und vollzeitschulpflichtigen Jugendlichen verboten. Ausgenommen sind beispielsweise Tätigkeiten im Rahmen eines schulischen Betriebspraktikums.¹ Doch es gelten ganz besondere Regelungen für die Arbeits- und Ruhezeiten.

¹Das vollständige Jugendarbeitsschutzgesetz finden Sie im Internet: <https://www.gesetze-im-internet.de/jarbschg/>.